

L'actualitat contra el present

Com la tempesta de sorra al desert, que colga l'arena vella sota la nova, la permanent tempesta informativa va esborrant els passats successius, efímers, sota capes de novetats. Una munió d'esdeveniments, rellevants o banals, reals o imaginats, singulars o rutinaris, alimenten les màquines de la producció informativa, els mitjans i les xarxes de comunicació. Abans era un procés discontinu sotmès a una periodicitat que s'escurçava. Hi havia un ritme, una pauta. Primer la informació es va adaptar a la nostra vida: premsa diària, horaris dels informatius radiofònics i televisius. Després vam anar adaptant la nostra vida als cicles informatius. Ara ja ens exigim l'estat d'alerta permanent, la supeditació del ritme vital al corrent informatiu, per evitar així l'angoixa de viure al marge de l'actualitat.

Què és, doncs, l'actualitat? L'actualitat és el conjunt de símptomes de la realitat que seleccionem i processem informativament, en cada moment, perquè ens ajudin a comprendre el present i a donar-li sentit. Com que aquest exercici és extremadament complicat, demanem als mitjans de comunicació que facin la tria per nosaltres i ens la presentin d'una manera que ens resulti fiable, intel·ligible i eficient. Es tracta, evidentment, d'una funció social molt valuosa. Però la influència que la informació d'actualitat pot exercir és tan notòria que algunes institucions, empreses, lobis o altres conglomerats d'interessos estan disposats a finançar-la perquè la tinguem disponible gratuïtament o a un preu insignificant.

La informació és també una mercaderia. En l'interior dels processos d'elaboració i presentació de la informació, l'experiència històrica acumulada per uns treballadors altament especialitzats (periodistes) ha generat una tradició professional: unes maneres de fer; uns formats, uns gèneres i uns llenguatges; unes rutines, una deontologia i una preceptiva. Els criteris d'assignació de l'interès informatiu que correspon a cada fet, a cada esdeveniment, constitueixen la clau del processament de la informació que fan els mitjans. Criteris que, com que parlem d'una mercaderia i d'empreses que volen ser viables, prenen sobretot en consideració allò que pot interessar més les seves audiències o lectors. I quins són aquests criteris? N'hi ha quatre de principals:



J.M. TRESSERRAS

COMUNICÒLEG, UAB

1. La informació ha de ser recent (actual). Ha de fer la sensació que és viscuda (en aquest moment), o que

grandiloqüent, la imatge esborradora, el cop d'efecte. I això –diuen– fa vendre.

4. Resulta llaminer que les notícies continguin elements de conflictivitat. El conflicte facilita el relat. Proporciona parts confrontades, protagonismes oposats. Potser bons i dolents; guanyadors i perdedors. Si hi ha conflicte, hi ha una història per explicar i, sovint, la realitat pot superar la ficció; o pot ser presentada com si ho fes.

Amb aquests criteris, els mitjans de comunicació elaboren la seva –i la nostra– agenda temàtica. Centren la seva atenció en

una colla de fets que intenten presentar d'una manera entenedora. Això els obliga a simplificar-los i a destacar-ne uns pocs aspectes bàsics, encara que suposi perdre complexitat, antecedents, o una perspectiva més completa. Immediatament després, la ciutadania, empenya pel desig de saber-ho tot, es conforma posant-se al corrent del més significatiu o del més important, per totes les plataformes disponibles.

Les qüestions de fons, la normalitat quotidiana de la majoria, en queden fora. Milions de persones anant treballar i fent bé la seva feina, que les coses elementals i ordinàries funcionin raonablement... no interessa. Es busca l'escàndol, l'accident. La normalitat resulta mancada d'interès; poc atractiva com a mercaderia informativa. No és –per definició– excepcional. És massa compartida per resultar espectacular, i no comporta graus elevats de conflictivitat.

Els focus dels mitjans il·luminen només el que trien i, per contrast,

oculten la resta. El substancial de la vida col·lectiva queda a les zones d'ombra. A partir de la selecció, feta amb aquells criteris, arribem a conclusions sobre el món i la vida; sobre el present i el futur. A partir del que és immediat, excepcional, espectacular i conflictiu pretenem interpretar la realitat sencera. Una realitat devaluada, deslligada de causalitats i de memòria. No és fàcil, per aquesta via, trobar la inspiració crítica!

Sota el pes d'aquesta mena d'actualitat que tot ho devora prolifera un sentit comú atemorit per amenaces construïdes que no pot acabar de comprendre. El periodisme té, ara mateix, reptes immediats de molta envergadura. Com ara posar el bagatge professional i la nova tecnologia disponible al servei d'una més profunda, complexa i completa comprensió del present. Ens cal molta més claror per a tots els àmbits.



SUSANA SUBIRANA

acaba de passar (ara mateix). El que ha passat fa 5 minuts desplaça qualsevol fet equivalent anterior.

2. La informació ha de fer referència a algun fet o procés excepcional. Com menys habitual, com menys convencional o previsible, millor. Si causa sorpresa i desvetlla curiositat, encara més.

3. La informació ha de ser susceptible d'un tractament espectacular. Hi ha temes que semblen genuïnament avorrits, plans; que no criden l'atenció. Però n'hi ha que permeten el gran titular, la frase

El periodisme té com a repte posar la professionalitat i les noves tecnologies al servei d'una comprensió més profunda i completa del present